

*На правах рукописи*



Зацепина Ольга Андреевна

**ЛИЧНОСТНЫЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ  
САМОВОСПРИЯТИЯ ТЕЛА ЖЕНЩИНАМИ  
ФЕРТИЛЬНОЙ ГРУППЫ**

5.3.1. – Общая психология, психология личности, история психологии

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата психологических наук

Челябинск – 2025

Работа выполнена на кафедре общей психологии, психодиагностики и психологического консультирования ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»

**Научный руководитель:** **Горелова Галина Газимовна**  
доктор психологических наук, профессор,  
старший научный сотрудник кафедры общей  
психологии, психодиагностики и  
психологического консультирования  
ФГАОУ ВО «Южно-Уральский  
государственный университет (НИУ)»

**Официальные оппоненты:** **Белогай Ксения Николаевна**  
доктор психологических наук, доцент,  
заведующий кафедрой акмеологии и  
психологии развития ФГБОУ ВО  
«Кемеровский государственный  
университет»

**Рахимджанова Елена Валерьевна**  
кандидат психологических наук,  
доцент кафедры социальной психологии  
ФГАОУ ВО «Южный федеральный  
университет»

**Ведущая организация:** ФГБОУ ВО «Курский государственный  
медицинский университет» Минздрава  
России

Защита диссертации состоится 16 декабря 2025 года, в 12:00 часов, на заседании объединенного диссертационного совета 99.2.016.02 при ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)», ФГАОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет» по адресу: 454080, г. Челябинск, пр. Ленина, д. 76, ауд. 1001, e-mail: [pogorelovdn@susu.ru](mailto:pogorelovdn@susu.ru)

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке и на сайте ФГАОУ ВО «ЮУрГУ (НИУ)»: <https://www.susu.ru/ru/dissertation/99201602-d-99906002/zacepina-olga-andreevna>

Автореферат разослан « \_\_\_\_ » октября 2025 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



Погорелов Д.Н.

## **ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Актуальность проблемы исследования.** В условиях социальной ситуации экономической нестабильности, пандемий и политических трудностей устойчивость и эмоциональное состояние личности является важнейшей психологической проблемой. В данных обстоятельствах значительные стрессовые нагрузки испытывает мужская часть населения, однако ещё более актуальной в психологическом плане эта проблема становится для женщин, которые подвергаются двойной нагрузке, свойственной современному обществу, вследствие сочетания трудовых обязанностей и заботы о семье, что выливается в высокий уровень стресса и повышение тревожных состояний.

Однако, несмотря на ситуативные трудности, перманентной проблемой женщин является генетически обусловленная озабоченность своим внешним видом, нацеленная (осознанно или на бессознательном уровне) на их сексуальную привлекательность. В структуре внешности в современных условиях значительное место занимает образ тела, связанный с современной модой на одежду, занятиями спортом, пляжным досугом и т.д. Субъективно оцениваемое женщиной несоответствие принятому в конкретном социуме идеалу телесности вызывает дополнительные сильные негативные переживания у женщин, значительно снижая их общий уровень психической устойчивости и эмоциональной стабильности.

Стressовые ситуации, которые порождаются восприятием своего тела и внешности, могут не только снижать общий субъективный уровень благополучия, но и воздействовать на отношения с противоположным полом, что, в свою очередь, может повлиять и на степень участия женщины в семейных отношениях. Данная социально-психологическая проблема противоречит курсу внутренней политики Российской Федерации, которая выражается в Указе Президента РФ «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей», развития института семьи с помощью Указа Президента РФ «О проведении в Российской Федерации Года семьи» и защиты семейных ценностей с помощью законодательства, препятствующего пропаганде чайлдфри, которое было принято в ноябре 2024 года. Так, с одной стороны, понимание своей внешней привлекательности даёт женщинам чувство уверенности, которое повышает активность поиска спутника жизни. С другой стороны, повышение рождаемости невозможно без чувства стабильности и уверенности в себе, своих силах и партнёре, которые сложно достичь без удовлетворённости своим внешним обликом.

Особенно этого сложно добиться в условиях постоянного общественного влияния, которое насаждает определённые взгляды на стандарты внешности без учёта индивидуальных особенностей женщин. Данные идеалы распространяются с помощью средств массовой информации, к которым могут быть причислены интернет и телевидение.

Для большинства женщин эти идеалы недостижимы без корректировки внешности с помощью различных процедур, которые с каждым годом становятся всё более популярными, однако зачастую наносят вред здоровью.

В противовес этой тенденции, увеличение распространённости социального движения бодипозитива, которое призывает изменить стандарты внешнего вида и отношение к своему телу, показывает, что представители современных сообществ начинают понимать существующие противоречия в отношении идеалов красоты. Такого рода социальные тренды указывают на возрастающий запрос общества в отношении исследования различных аспектов телесности и особенностей восприятия своего внешнего вида.

### **Проработанность исследуемой проблематики в науке.**

Изучение проблемы самовосприятия телесности стало активно развиваться за рубежом во второй половине 20 века, однако наибольшего пика активности это направление приобрело в начале 21 века в связи с развитием новых информационных технологий, которые в корне изменили типы медиапотребления, что потребовало изменения традиционных представлений об источниках формирования представлений о теле. Теоретические работы о феномене образа тела в основном группируются вокруг некоторых направлений, а именно: личностное (К.Н. Белогай, Е.В. Капитанова, А.Г. Фаустова, А.А. Осьминина, Е.А. Варлашкина и др.), психоаналитическое (P. Schilder, D.Krueger и др.), феминистическое (N. McKinley, D. Szymanski, G. Forbes и др.), генетико-нейробиологическое (J. Suisman, J. Baker и др.), социокультурное (M. Tiggemann, D. Clay и др.), когнитивно-поведенческое (T. Cash и др.) направления, а также представления об образе тела в русле позитивной психологии (T. Tylka, N. Wood-Barcalow и др.). Вышеперечисленные подходы фундаментально различаются в представлениях о механизмах формирования феномена восприятия собственной внешности, что создаёт путаницу и препятствует углублённому изучению проблемы самовосприятия телесности. Это концептуальное затруднение требует систематизации, анализа и переструктурирования теоретических представлений, а также создания новой личностной модели источников образа тела, которая обобщит имеющиеся представления и дифференцирует причины и следствия самовосприятия телесности. Помимо анализа процесса формирования образа тела, современные исследователи изучают и сравнивают образ тела у мужчин и женщин, а также представления о внешности у лиц разных возрастных групп. Новой областью исследований является изучение влияния отдельных медиа на представления об идеалах внешности, что выражается в работах о связи удовлетворённости своим телом с увлечением телевидением (C. Ferguson, M. Tiggemann и др.), воздействия на зрителя различных типов рекламы (A. Moral-Agúndez, M. Carrillo-Durán, D. Hargreaves и др.) и жанров телепередач (M. Kinnally, K. Van Vonderen, V. Swami, J. Smith и др.). Отдельные аспекты проблемы отражаются в

исследованиях по влиянию поведения в социальных сетях (V. Boursier, F. Gioia, M.D. Griffiths и др.), специального функционала социальных сетей (Y. Xu и др.). коротких роликов (J.Gurtala, J. Fardouly, S. Hu и др.), популярных трендов интернета (M. Tiggemann, I. Anderberg. Z. Brown и др.). Следует отметить, что из-за временного разрыва трендов на исследование образа тела (работы о влиянии телевидения были популярны до 2010-х годов, однако в последующем их сменил исключительно интерес к исследованию интернета). В публикациях отсутствуют сравнительные данные о влиянии телевидения и социальных сетей на самовосприятие тела, что ограничивает наше глубинное понимание о воздействии интернета на жизнедеятельность людей в целом. Помимо этого, авторы работ представляют отдельные психологические характеристики, которые сопутствуют позитивному или негативному самовосприятию внешности. Однако существующие данные о характеристиках, защищающих образ тела субъекта от негативных внешних воздействий, фрагментарны, что не позволяет построить целостную модель коррекции негативного восприятия внешности. Также отмечается недостаток знаний о путях коррекции негативного самовосприятия телесности, что препятствует улучшению состояния людей с низкой удовлетворённостью внешностью. В целом стоит отметить, что, несмотря на кажущуюся разработанность данной проблемы в психологической науке, существует целый ряд пробелов в знаниях о процессе самовосприятия телесности.

Однако, несмотря на многофакторность изучения проблемы отражения телесности субъектом, недостаточно изучено, как происходит процесс формирования собственного образа тела, какое качество ему приписывается самим субъектом и какие личностные ресурсы участвуют в этом процессе.

На практике мы видим, что при формировании образа собственного тела субъект опирается не столько на оценки, получаемые от ближайшего социального окружения, сколько на предписываемые ему идеалы средствами масс-медиа, тем более что в силу условий современной жизни именно они становятся главными собеседниками и поставщиками информации.

И тогда выявляются следующие **противоречия** в разрешении проблемы самовосприятия тела женщинами:

- между необходимостью сохранения психологической устойчивости женщин как продолжательниц рода в эпоху социальной нестабильности и недостаточной изученностью ресурсов в реализации этого процесса на внутриличностном уровне,

- между важностью образа тела в структуре самоотношения и самовосприятия женщины и недостаточной изученностью источников и психологических механизмов его формирования,

- между необходимостью изучения, с одной стороны, и реальным состоянием исследования вопроса о том, как и какие средства масс-медиа, формируя и навязывая идеалы телесности, действуют на перманентные эмоциональные состояния женщин при восприятии тела, с другой стороны.

В связи с указанными противоречиями, мы сформулировали тему исследования «**ЛИЧНОСТНЫЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ САМОВОСПРИЯТИЯ ТЕЛА ЖЕНЩИНАМИ ФЕРТИЛЬНОЙ ГРУППЫ**».

**Цель исследования** – теоретическое изучение и эмпирическое обоснование модели факторов самовосприятия телесности, разрабатываемой на основе многокомпонентного личностного подхода.

**Объект исследования:** самовосприятие тела женщинами фертильной группы.

**Предмет исследования:** личностные и социокультурные факторы, определяющие самовосприятие тела женщинами фертильной группы.

**Задачи исследования:**

1. Представить теоретическую модель личностных качеств, влияющих на самовосприятие телесности. Изучить вклад каждой из личностных характеристик, отражённых в теоретической модели, в самовосприятие тела и сконструировать универсальную модель личностных характеристик самовосприятия тела с помощью факторного анализа на основе изучения массива испытуемых.

2. Изучить особенности самовосприятия телесности женщинами фертильной группы в разных условиях социализации, разделив их на следующие условные подгруппы:

- по степени активности в социальных сетях и просмотре телевидения;
- по особенностям самовосприятия в различные возрастные периоды fertильности;
- по различиям в личностных характеристиках в подгруппах с разной удовлетворённостью внешностью.

3. Разработать и апробировать программу тренинга психологической коррекции отношения женщин к собственной телесности на фоне бытующих эталонов красоты.

Приступая к исследованию, мы исходили из следующих предположений:

**Гипотеза: 1.** Личностный подход к исследованию феномена самовосприятия тела предполагает поиск ведущих характеристик в каждом из следующих компонентов личности: когнитивном, эмоциональном и поведенческом, что может быть положено в основу модели личностных факторов самовосприятия телесности.

**Гипотеза: 2.** Наряду с личностными факторами на удовлетворённость женщинами собственной телесностью влияют социокультурные факторы, такие как идеалы внешности, формируемые СМИ (социальные сети и телевидение), причём удовлетворенность внешностью в подгруппе женщин, предпочитающих телевидение, по сравнению с подгруппой активно использующих социальные сети, должна иметь существенные различия.

**Гипотеза: 3.** На формирование адекватного образа тела должен влиять приобретаемый опыт социализации, исходя из чего можно предположить,

что удовлетворённость внешностью у женщин старшего возраста выше, чем у более молодых женщин фертильной группы.

**Гипотеза: 4.** Существует определённый набор личностных и социокультурных факторов, наиболее влияющих на удовлетворённость собственной внешностью.

**Гипотеза: 5.** При разработке психологического тренинга мы предполагали, что он может воздействовать на повышение удовлетворённости собственной внешностью.

**Теоретико-методологическая основа исследования.** В процессе проведения исследования использовались следующие основополагающие подходы:

- Системный подход (Б.В. Ломов, В.С. Мерлин, Б.Г. Ананьев, В.А. Барабанщиков, Л.Я. Дорфман, В.П. Кузьмин, Е.С. Самойленко, Я.А. Пономарев и др.), раскрывающий многоаспектное видение явления и его многомерность, предлагающий возможность рассматривать явление в нескольких системах координат для формирования модели факторов самовосприятия телесности.

- Субъектно-деятельностный подход, постулирующий у человека способность к саморазвитию, самоопределению и самодетерминации (Л.И. Анциферова, К.А. Абульханова, И.А. Джидарьян, В.В. Знаков, Е.А. Сергеенко, С.Л. Рубинштейн и др.).

- Культурно-историческая концепция (Л.С. Выготский, М.С. Каган, А.Р. Лuria, А.Г. Асмолов и др.) в контексте теоретических исследований психологической культуры с позиции гуманистического подхода (И.В. Дубровина, Л.С. Колмогорова, О.И. Мотков и др.) при разработке роли социокультурных факторов в самовосприятии телесности.

- Положения общепсихологической теории оценивания (Н.А. Батурина, И.В. Выбайщик и др.) при диагностике и обработке результатов эмпирического исследования.

- Личностный подход (А.Н. Леонтьев, С.Л. Рубинштейн, Б.Г. Ананьев, А.А. Бодалёв и др.) к решению проблемы поиска факторов, влияющих на самовосприятие тела; концепция многомерно-функциональной организации свойств личности (Л.М. Веккер и др.) и индивидуальности (А.И. Крупнов, В.С. Мерлин, Л.Я. Дорфман и др.), подходы к изучению структурных особенностей личности (Г.Г. Горелова, В.Г. Грязева-Добшинская, Е.А. Рыльская, О.Г. Носкова и др.), теоретические и практические разработки в области изучения жизнеспособности (Е.А. Рыльская, Д.Н. Погорелов, и др.) и личностной реадаптации (Г.Г. Горелова и др.), разрешения проблем личностного благополучия (С.В. Шмелева, С.А. Башкатов, Н.В. Гафарова, К. Рифф, П.П. Фесенко, и др.), возрастного и социально-личностного развития (Л.С. Выготский, А.В. Петровский, В.И. Слободчиков, А.Г. Абдуллин, Е.А. Быкова, Н.Н. Васягина, Н.В. Жукова, Р.М. Чумичева, Е.А. Шмелева, Э.Ш. Шаяхметова и др.).

Для разработки модели самовосприятия телесности использовались: теоретические подходы к пониманию источников самовосприятия тела

(А.Ш. Тхостов, Р. Schilder, Т. Cash, М. Tiggemann и др.), эмпирические исследования, изучающие индивидуально-психологические особенности, связанные с процессом самовосприятия телесности (Л.Т. Баранская, С.С. Татаурова, К.Н. Белогай, Е.В. Капитанова, А.Г. Фаустова, А.А. Осьминина, Е.А. Варлашкина, V. Swami, Т. Tylka и др.).

**Эмпирическая база исследования.** Для проверки исследовательских гипотез организована выборка, состоящая из женщин фертильного периода в возрастном диапазоне от 18 до 45 лет. Общее число испытуемых составило 280 женщин. В качестве испытуемых выступили студенты ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (НИУ)» (бакалавры и магистры), слушатели курсов переподготовки ЮУрГУ, а также пользователи социальной сети «ВКонтакте» разных профессиональных групп.

### **Методы исследования.**

**Теоретические методы исследования:** теоретический анализ, синтез, сравнение, обобщение, моделирование.

### **Психодигностические методы исследования:**

1. Опросник внушаемости С.В. Клаучека и В.В. Деларю.
2. Диагностика личностной креативности Е.Е. Туник.
3. Методика исследования самоотношения В.В. Столина и С.Р. Пантилеева
4. Мультимодальный опросник отношения к собственному телу (MBSRQ-AS) Томаса Ф. Кэша, в адаптации Л.Т. Баранской и С.С. Татауровой.
5. Шкала психологического благополучия Рифф в адаптации Т.Д. Шевеленковой и Т.П. Фесенко.
6. Пятифакторный опросник личности 5PFQ в адаптации А.Б. Хромова.
7. Опросник совладания со стрессом COPE в адаптации Е.И. Рассказовой, Т.О. Гордеевой и Е.Н. Осина.
8. Шкала озабоченности внешним видом при использовании социальных сетей Т. Хейвс.
9. Авторский опросник озабоченности внешним видом при использовании телевидения.
10. Шкала активности в социальных сетях Ф. Озимека.

**Методы математической обработки данных.** Для проведения статистической обработки данных использовались описательные статистики, критерий Шапиро-Уилка для проверки данных на нормальность, корреляционный анализ по Пирсону, Т-критерий Стьюдента для связанных и несвязанных выборок, однофакторный дисперсионный анализ, Z-преобразование Фишера для выявления различий между корреляциями, конфирматорный факторный анализ для верификации теоретической модели на эмпирических данных, эксплораторный факторный анализ для выявления особенностей факторной структуры в группах женщин фертильного возраста.

**Теоретическая значимость исследования.** Исследование уточняет и концептуализирует понятие «самовосприятие тела», что позволяет углубить понимание этого феномена с позиции личностного подхода. Разработанная на основе теоретического анализа и верифицированная с помощью эмпирических данных личностная модель компонентов самовосприятия тела, объединяющая когнитивные, аффективные и поведенческие особенности, позволяет расширить поле изучения феномена и объединить разнообразные представления об образе тела.

Представлен подход к изучению влияния новых медиа (интернета и социальных сетей) в сравнении с телевидением на формирование отношения к собственной телесности, который позволяет наметить вектор дальнейших исследований образа тела в сторону углубления изучения отдельных характеристик влияния медиа на процессы, лежащие в основе формирования самовосприятия тела и связанные с ними поведенческие паттерны субъектов. Изучение предикторных и протекционных индивидуальных особенностей позволяет раскрыть ранее неизвестные механизмы формирования отношения личности к собственной телесности на разных уровнях проявления личности.

**Практическая значимость исследования.** Разработанная автором технология коррекции отношения к внешности на основе тренингового воздействия апробирована на испытуемых и может использоваться для коррекции самовосприятия тела женщинами в групповом и индивидуальном форматах работы.

Результаты исследования могут быть применены в новом направлении психологических знаний – киберпсихология, а также обогатить представления в сфере психологии телесности. На основе теоретической и эмпирической частей исследования нами разработана учебная программа «Психология восприятия внешности» для высших учебных заведений.

Представленные факторы, определяющие процесс самовосприятия телесности, помогут выявить уязвимые группы и разработать профилактические и коррекционные программы для лиц с проблемами восприятия своей внешности.

Разработанные теоретические положения могут служить вкладом в программы медиаграмотности с целью защиты самооценки пользователей и применяться в процессе консультирования широким кругом специалистов, сталкивающихся с проблемами восприятия внешности.

#### **Положения, выносимые на защиту:**

1. В универсальную модель личностных факторов самовосприятия телесности вошли следующие компоненты: в когнитивный фактор – внушаемость, стремление к сложности, склонность к риску, автономия, любопытство; в эмоциональный – самоуважение, самоинтерес, аутосимпатия, самоуверенность, самопонимание, самопринятие, позитивные отношения, самообвинение, самокритика, тревожность, депрессивность; в поведенческий – сравнение в социальных сетях и

телевидении, привлечение внимания, активное совладание, отрицание, позитивное переформулирование, поведенческий уход.

2. Социокультурный фактор – в виде воздействия СМИ (социальные сети и телевидение) на формирование идеалов внешности – по-разному влияет на удовлетворённость внешностью у женщин в зависимости от их предпочтения типа СМИ. Удовлетворённость собственной внешностью женщин, предпочитающих просмотр телевидения, выше, чем у женщин, более активно использующих социальные сети, что доказывается различием между группами в таких характеристиках, как внушаемость, автономность, любопытство, глобальное самоотношение, аутосимпатия, эмоциональная стабильность, позитивное переформулирование, поведенческий уход, саморуководство, общительность и привлечение внимания.

3. Доказано, что общее недовольство своей внешностью с возрастом снижается, и приобретаемый опыт социализации позитивно влияет на удовлетворённость собственной телесностью. Данный факт подтверждается повышением рефлексивности, самоуважения, самопринятия, самопонимания, ожидаемого и реального отношения других, общего уровня удовлетворённости жизнью, снижением тревожности, активности в социальных сетях, стратегии мысленного ухода, повышением доминирования и управления средой с возрастом.

4. На удовлетворённость собственной внешностью позитивно влияют следующие характеристики – стремление к сложности, склонность к риску, автономия, любопытство, самоуважение, самоинтерес, аутосимпатия, самоуверенность, самопонимание, самопринятие, позитивные отношения, привлечение внимания, активное совладание, позитивное переформулирование, и негативно – внушаемость, самообвинение, самокритика, тревожность, депрессивность, сравнение в социальных сетях и телевидении, отрицание, поведенческий уход.

5. Предлагаемый тренинг коррекции удовлетворённости внешностью повышает оценку собственного образа тела, самоуважение, аутосимпатию, самопонимание, отношение других и снижает проекцию на восприятие собственной внешности через навязываемые эталоны за счёт выявленного снижения уровня активности в социальных сетях.

**Научная новизна исследования** заключается в следующих положениях:

1. Проведено системное исследование индивидуально-психологических характеристик, которые являются источником формирования самовосприятия телесности, что впервые позволило объединить узконаправленные теории понимания самовосприятия тела в единую структурную модель, отражающую личностную структуру формирования феномена образа тела. Представление о структуре понятия «самовосприятие телесности» не противоречит взглядам зарубежных и российских исследователей, но дополняет их с позиции многокомпонентного личностного подхода, разрабатываемого в современной отечественной психологии.

2. Впервые произведён сравнительный анализ влияния различных типов медиа (телевидения и социальных сетей) на процесс самовосприятия тела и их вклада в позитивное или негативное отношение к собственной внешности. Вывод об отрицательном воздействии социальных сетей на самовосприятие телесности женщинами фертильной группы и полученные нами данные не расходятся с результатами европейских и китайских исследователей, полученными на других выборках. Наши данные также подтверждают вывод отечественных и зарубежных исследований о том, что телевидение в отличие от социальных сетей, транслируя общественно принятые идеалы телесности, способствует принятию женщинами собственного образа тела.

3. Изучена динамика удовлетворённости внешностью в различных возрастных группах фертильного периода жизнедеятельности и показана её роль в репродуктивном поведении и мотивации на репродукцию. Установлено, что удовлетворенность собственной телесностью с возрастом имеет тенденцию к повышению, что может служить прогнозом и обоснованием тенденции к повышению возраста рождениц.

4. Разработана технология коррекции отношения к внешности на основе тренингового воздействия для разных возрастных групп женщин, которая может использоваться как в групповом, так и в индивидуальном форматах работы.

**Надежность и достоверность результатов исследования** была обеспечена с помощью глубокого теоретического анализа литературы по теме, соответствия исследования методологическим основам психологии, соблюдения правил проведения и обработки результатов эмпирического исследования, репрезентативности выборки испытуемых, соотнесением результатов исследования с выводами других авторов.

**Соответствие диссертации паспорту научной специальности.** Содержание работы соответствует следующим пунктам паспорта специальности 5.3.1. Общая психология, психология личности, история психологии: п. 10: «...Мотивационная и смысловая регуляция восприятия...»; п. 11: «Построение моделей психической реальности»; п. 30: «Структура личности. Полипарадигмальность и разнообразие теоретических подходов к исследованию личности...Цифровизация и виртуализация бытия как факторы трансформации личности.»; п. 39: «... Информационные технологии и их влияние на сознание и личность человека...».

**Апробация работы.** Результаты диссертационного исследования обсуждались на заседаниях кафедры Общей психологии, психодиагностики и психологического консультирования Южно-Уральского государственного университета (2022–2025 гг.), представлялись на XII Всероссийской научно-практической конференции «Психология и социальная педагогика: современное состояние и перспективы развития» (Россия, Чебоксары, 2023), XV научной конференции аспирантов и докторантов ЮУрГУ (Россия, Челябинск, 2023), XI Всероссийской научной

конференции с международным участием «Психология в меняющемся мире: проблемы, гипотезы, перспективы» (Россия, Челябинск, 2024). По теме исследования опубликовано 8 печатных работ, пять из которых – в журналах, рекомендованных ВАК, три – в сборниках РИНЦ.

**Объем и структура диссертационной работы.** Работа состоит из введения, четырёх глав, выводов, заключения, библиографического списка, состоящего из 194 литературного источника (84 из которых на иностранном языке). Общий объем диссертации составляет 217 страницы. Работа включает 32 рисунка, 25 таблиц, 5 приложений.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ**

**Во введении** обоснована актуальность темы диссертационного исследования, определены его объект и предмет, сформулированы цель, задачи, гипотезы и положения, выносимые на защиту. Показаны научная новизна, теоретическая и практическая значимость исследования, обоснованы надежность и достоверность результатов, указаны сведения об аprobации работы.

**Первая глава** «Теоретические подходы к проблеме самовосприятия тела» содержит анализ теоретических подходов к пониманию понятия «образ тела».

Теоретический анализ позволил выявить направления в представлении источников формирования самовосприятия тела: биогенетическое и социогенетическое. Биогенетическое направление, к которому причисляются психоаналитический, феминистический и нейрогенетический подходы, объединяет биологически детерминированные источники самовосприятия образа тела. Социокультурный подход предполагает значительно более сильное влияние социума и культуры на самовосприятие тела по сравнению с биологическими особенностями.

Множественность разноплановых представлений об источниках формирования образа тела предполагает необходимость реализации системного подхода, при котором разрозненные элементы картины объединяются в целостную систему на основе главного системообразующего фактора. Человек как объект влияния биологических факторов, с одной стороны, и социальных – с другой, будучи активным субъектом, перерабатывает эти влияния сквозь призму своей личности. Личность, по сути, выступает корректором влияний и творцом образа своего тела и является системообразующим элементом в психологической системе формирования образа тела.

В ходе теоретического исследования была разработана структурная модель личностных факторов самовосприятия тела на основе личностного подхода, представленная на рисунке 1.

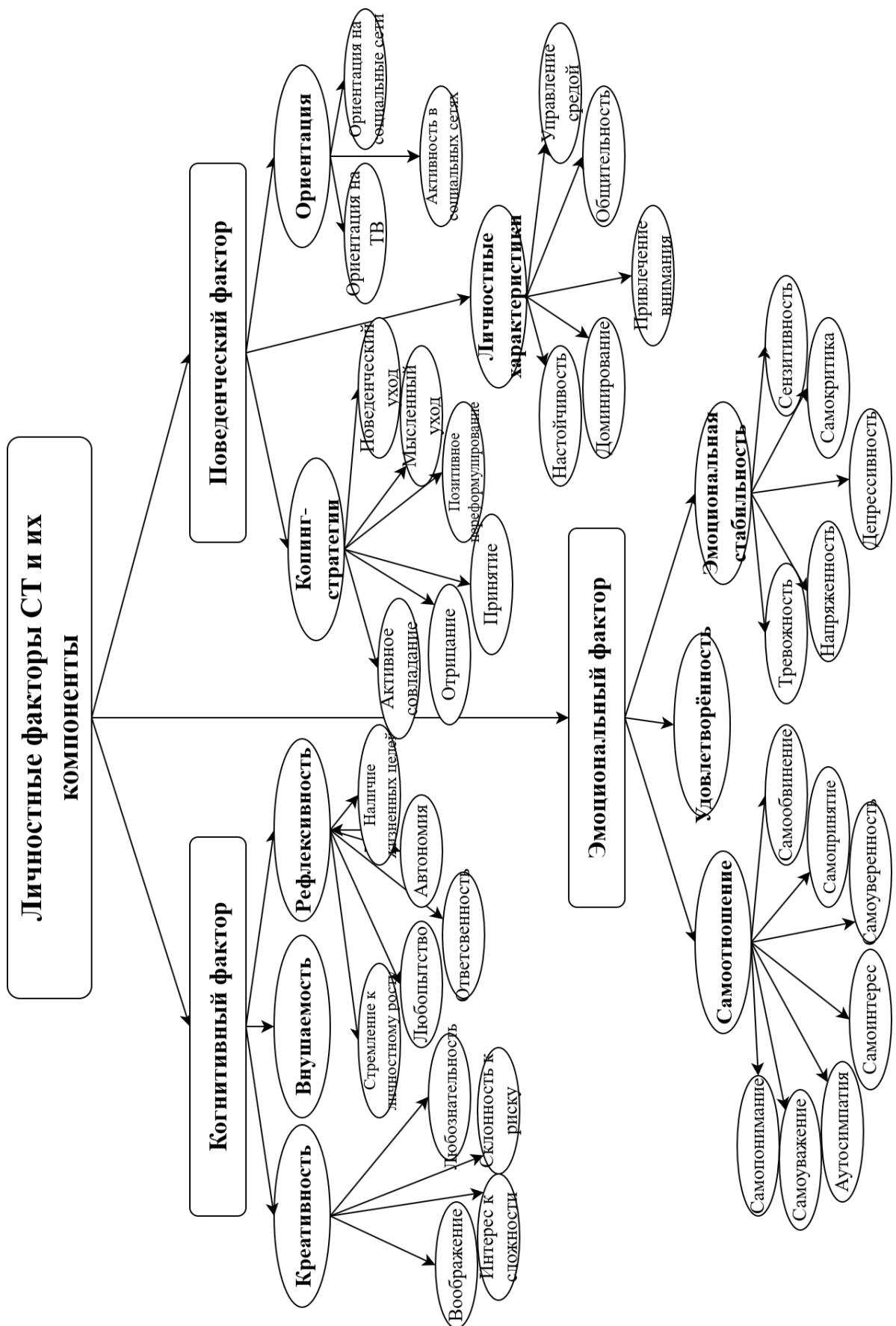


Рисунок 1 – Факторы и их компоненты, гипотетически обуславливающие самовосприятие телесности на основе личностного подхода (теоретическая модель)

В контексте данной модели мы имеем дело с многоаспектностью личностных характеристик, влияющих на самовосприятие субъекта. Однако, как мы предполагаем, в каждом из компонентов личности есть ударные характеристики, которые в наибольшей мере определяют отношение субъекта к собственной телесности, на удовлетворённость своим телом и, соответственно, внешностью. Эталоны идеальной телесности формируются под влиянием социального окружения, однако восприятие собственного тела преломляется через индивидуально-психологические особенности личности, являющиеся фундаментом, на котором строится самовосприятие образа тела.

Анализ зарубежных исследований, связанных с социокультурными факторами формирования самовосприятия тела, раскрывает негативный вклад социальных сетей и телевидения в процесс самовосприятия телесности. Подчеркивается, что социальные сети и телевидение негативно влияют на самовосприятие телесности, однако их воздействие может быть неоднородным. Телевидение характеризуется меньшим количеством передач и большим контролем за контентом, связанным с представлениями о внешности, что порождает меньше ситуаций сравнения своей внешности в отличие от социальных сетей, алгоритмы которых предполагают подбор похожего контента и увеличение просмотров по интересующей теме. Исходя из этого, было выдвинуто предположение, что телевидение менее негативно влияет на образ тела, чем социальные сети.

**Во второй главе** «Организация и методы исследования самовосприятия тела» приводятся цель, задачи и гипотезы эмпирического исследования; описывается база, процедура, этапы исследования; обосновываются психодиагностические методики и методы статистической обработки данных.

Для проверки исследовательских гипотез организована выборка, состоящая из женщин fertильного периода в возрастном диапазоне от 18 до 45 лет. Общее число испытуемых составило 280 женщин. В качестве испытуемых выступили студенты ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (НИУ)» (бакалавры и магистры), слушатели курсов переподготовки ЮУрГУ, а также пользователи социальной сети «ВКонтакте» разных профессиональных групп.

Исследовательская работа осуществлялась в 3 этапа. На первом этапе (2022-2023 гг.) осуществлялся теоретический анализ различных подходов к определению источников образа тела. Анализ показал разрозненность представлений об источниках самовосприятия тела, что вызвало необходимость разработки собственной личностно-ориентированной модели, которая выявила следующие компоненты самовосприятия тела: когнитивный (самостоятельность, внушаемость, креативность), аффективный (самооценка, самоотношение и удовлетворённость) и поведенческий (копинг-стратегии и самопринятие).

Второй этап (2023-2024 гг.) заключался в сборе эмпирических данных, которые помогли верифицировать личностно-ориентированную

модель самовосприятия тела. Для проверки когнитивного компонента самовосприятия тела использованы опросник внушаемости в разработке С.В. Клаучека и В.В. Деларю, а также методика диагностики личностной креативности Е.Е. Туник. Для проверки аффективного компонента самовосприятия применялись методика самоотношения В.В. Столина и С.Р. Пантелеева, шкала психологического благополучия Риффа в адаптации Т.Д. Шевеленковой, Т.П. Фесенко и Пятифакторный опросник личности в адаптации А.Б. Хромова. Для проверки поведенческого компонента самовосприятия тела использовались опросник совладания со стрессом COPE в адаптации Е.И. Рассказовой, Т.О. Гордеевой и Е.Н. Осина, шкала озабоченности внешним видом при использовании социальных сетей Т. Хейвс, авторский опросник озабоченности внешним видом при использовании телевидения и шкала измерения активности в социальных сетях Ф. Озимека. Степень удовлетворённости своей внешностью измерялась с применением Мультимодального опросника отношения к собственному телу (MBSRQ-AS) Томаса Ф. Кэша в адаптации Л.Т. Баранской и С.С. Татауровой.

На третьем этапе (2024-2025 гг.) производилась статистическая обработка полученных данных.

Дизайн исследования представлен в таблице 1.

Таблица 1

Моделирование личностных факторов самовосприятия телесности (СТ)

Этап	Направления исследования	Стат. методы
1.Верификация универсальной модели личностных характеристик СТ на всём массиве испытуемых (280 чел.)	<p>Выявление особенностей СТ и личностных характеристик группы fertильных женщин.</p> <p>Установление связей между показателями СТ и личностными особенностями.</p> <p>Определение вклада когнитивных, эмоциональных и поведенческих характеристик в СТ.</p>	<p>Описательные статистики Корреляционный анализ по Пирсону Конфирматорный факторный анализ</p>
2.Изучение особенностей СТ в подгруппах с предпочтением социальных сетей или телевидения (38 и 36 чел. соответственно)	<p>Изучение особенностей СТ и личностных характеристик в группах активного использования социальных сетей и телевидения.</p> <p>Определение различий в СТ и личностных характеристиках между группами.</p> <p>Выявление разницы в корреляциях между личностными особенностями и показателями СТ в группах.</p> <p>Исследование различий в факторной структуре личностных особенностей, связанных с СТ.</p>	<p>Описательные статистики Т-критерий Стьюдента для независимых выборок Корреляционный анализ по Пирсону и Z-трансформация Фишера Эксплораторный факторный анализ</p>

Продолжение таблицы 1

3.Исследование особенностей СТ женщинами разных возрастных подгрупп (18-22 года – 178 чел., 23-30 лет – 56 чел., 31-45 лет – 48 чел.)	<p>Определение особенностей СТ и личностных характеристик в разных возрастных группах.</p> <p>Выявление различий в показателях СТ и связанных с ними личностных характеристиках между группами.</p> <p>Установление разницы в корреляциях между показателями СТ и личностными характеристиками в группах.</p> <p>Исследование различий в факторной структуре личностных особенностей, связанных с СТ.</p>	<p>Описательные статистики Однофакторный дисперсионный анализ Корреляционный анализ по Пирсону и Z-трансформация Фишера Эксплораторный факторный анализ</p>
4.Сравнение особенностей СТ с личностными характеристиками в группах с низкой, средней и высокой удовлетворённостью внешностью (21, 136 и 123 чел. соответственно)	<p>Изучение особенностей СТ и личностных характеристик в группах с разной удовлетворённостью внешностью.</p> <p>Выявление различий в показателях СТ и связанных с ними личностных характеристиках в группах.</p> <p>Определение разницы в корреляциях между показателями СТ и личностными характеристиками в группах.</p> <p>Исследование различий в факторной структуре личностных особенностей, связанных с СТ.</p>	<p>Описательные статистики Однофакторный дисперсионный анализ Корреляционный анализ по Пирсону и Z-трансформация Фишера Эксплораторный факторный анализ</p>
5.Оценка эффективности разработанной технологии на основе тренингового воздействия	<p>Сравнение параметров СТ и связанных с ними личностных особенностей в контрольной и экспериментальной группах до и после воздействия.</p>	<p>Т-критерий Стьюдента для связанных и несвязанных выборок</p>

**В третьей главе «Эмпирическое обоснование модели самовосприятия тела на базе изучения женщин фертильного возраста»** была подтверждена гипотеза о верификации разработанной теоретической модели личностных факторов самовосприятия телесности с помощью конфирматорного факторного анализа, результаты которого представлены на рисунке 2.

Конфирматорный факторный анализ подтвердил теоретическую трёхфакторную структуру личностной модели самовосприятия тела. Индексы модели ( $SRMR=0,0670$ ,  $CFI=0,883$ ) показали высокое соответствие теоретической модели с полученными эмпирическими данными. В когнитивный фактор личностной модели самовосприятия тела вошли такие личностные характеристики, как внушаемость, стремление к сложности, склонность к риску, автономия, любопытство. Идеальная модель самовосприятия тела (рисунок 3) показывает, что позитивное восприятие тела наиболее связано с автономностью мышления, независимостью, креативностью и любопытством. В эмоциональный фактор самовосприятия

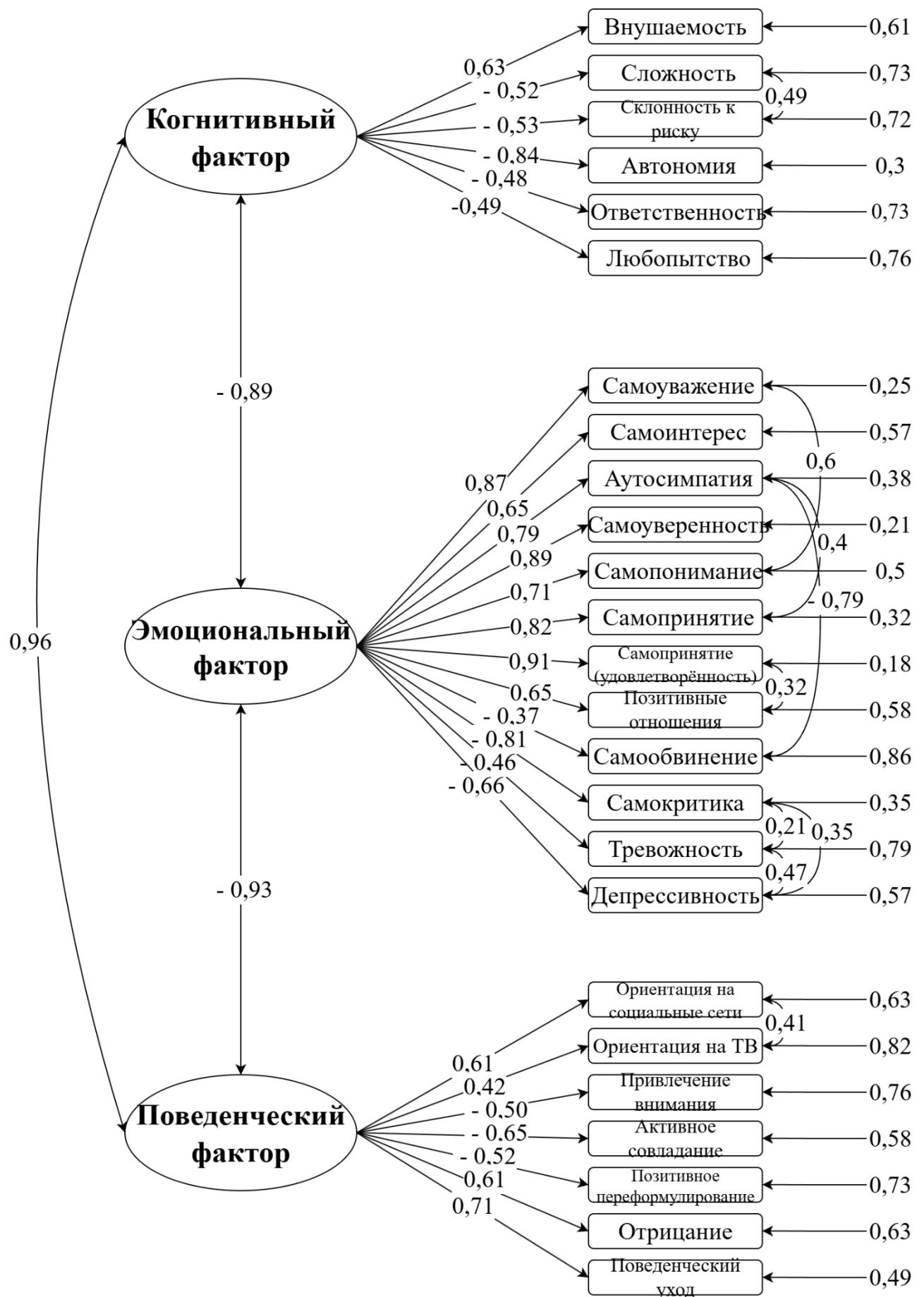


Рисунок 2 – Конfirmаторный факторный анализ вклада личностных характеристик, отражённых в теоретической модели ( $n=280$ )

тела вошли такие характеристики, как самоуважение, самоинтерес, аутосимпатия, самоуверенность, самопонимание, самопринятие, позитивные отношения, самообвинение, самокритика, тревожность, депрессивность. Данный фактор показывает, что принятие себя, высокая самооценка и уважение своих особенностей формирует позитивный вклад в удовлетворённость своей внешностью, тогда как негативные характеристики, такие как самообвинение, самокритика, тревожность и депрессивность негативно сказываются на самовосприятии телесности. В поведенческий фактор самовосприятия тела вошли такие характеристики, как сравнение себя со стандартами внешности в социальных сетях и телевидении, привлечение внимания, активное совладание, отрицание, позитивное переформулирование, поведенческий уход. Данные характеристики демонстрируют, что женщины с проблемами в самовосприятии внешности не хотят справляться с этой проблемой, что порождает ещё большее недовольство собой. Кроме того, такие женщины активно сравнивают свою внешность с внешностью женщин из медиа, что лишь обостряет проблему.

**В четвёртой главе** «Особенности самовосприятия тела женщинами фертильного возраста в разных условиях социализации» описывались результаты эмпирического исследования самовосприятия тела у женщин фертильного возраста по группам и анализировались результаты апробации коррекционного воздействия на самовосприятие внешности с помощью тренинга.

***Соотношение между самооценками телесности и выявленными личностными характеристиками у активных пользователей социальных сетей и телевидения.*** Выявленные статистически значимые различия между группами предпочтения телевидения и социальных сетей в таких показателях самовосприятия тела, как оценка внешности ( $T=2,195$ ,  $p=0,032$ ) и удовлетворённость параметрами тела ( $T=2,048$ ,  $p=0,044$ ), подтверждают гипотезу о влиянии таких социокультурных факторов на самовосприятие телесности у женщин, как идеалы внешности, формируемые СМИ (социальные сети и телевидение). Указанные данные подтвердили гипотезу о том, что удовлетворенность внешностью женщин, активно использующих телевидение, выше, чем у женщин, активно использующих социальные сети.

Группа с предпочтением телевидения по своим когнитивным особенностям является более критично настроенной ( $T=-3,034$ ,  $p=0,003$ ), автономной ( $T=3,073$ ,  $p=0,003$ ) и любопытной ( $T=2,146$ ,  $p=0,035$ ) по сравнению с группой предпочтения социальных сетей. В эмоциональной сфере выявились статистически значимые различия между группами в таких эмоциональных характеристиках, как глобальное самоотношение ( $T=2,474$ ,  $p=0,007$ ), аутосимпатия ( $T=3,28$ ,  $p=0,002$ ), самопринятие ( $T=3,144$ ,  $p=0,003$ ), самообвинение ( $T=-2,788$ ,  $p=0,007$ ), тревожность ( $T=-2,348$ ,  $p=0,022$ ), напряжённость ( $T=-3,643$ ,  $p=0,001$ ), депрессивность ( $T=-2,755$ ,  $p=0,007$ ), самокритика ( $T=-3,321$ ,  $p=0,001$ ) и общая эмоциональная

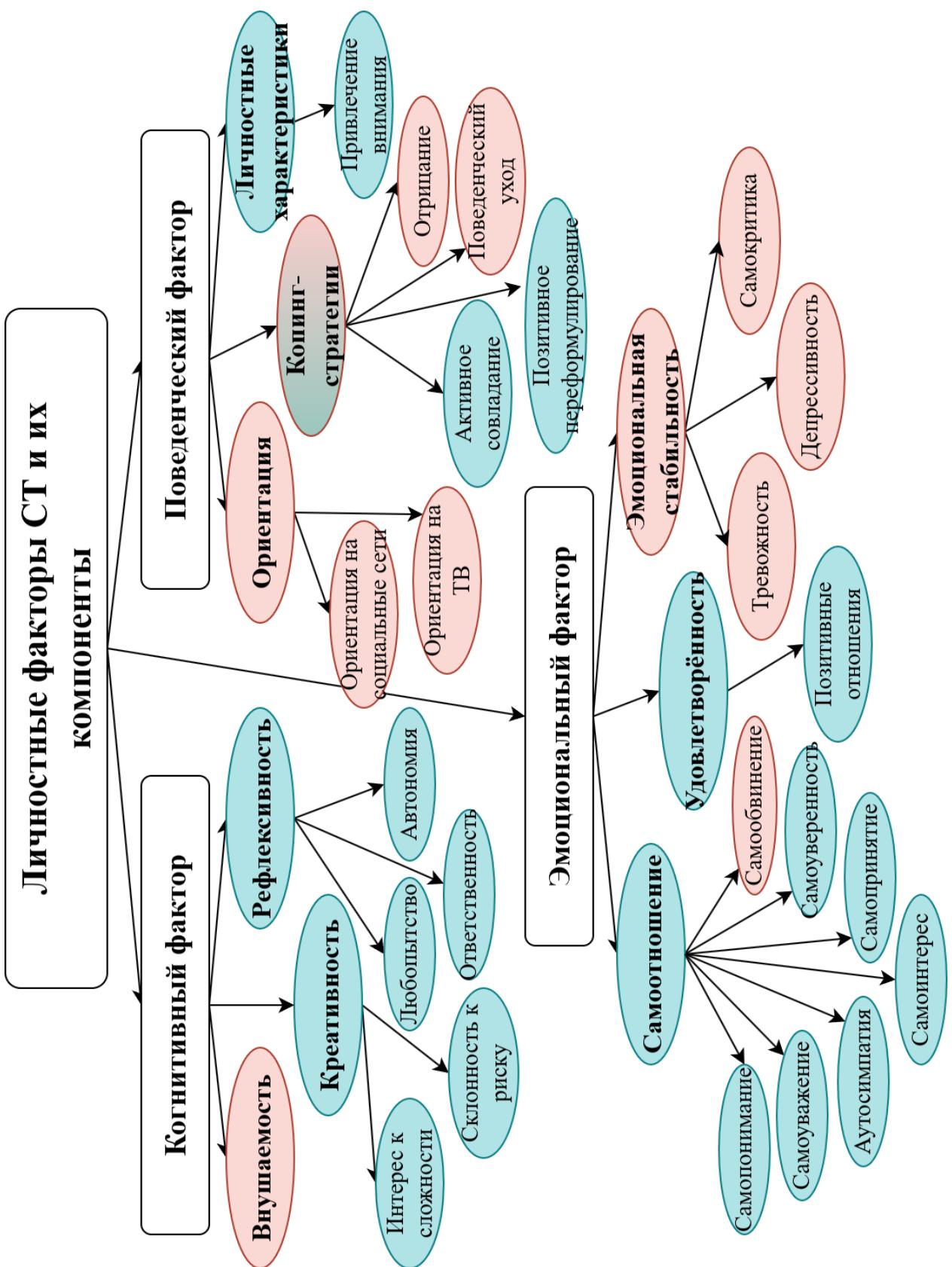


Рисунок 3 – Компоненты личностных факторов, подтверждённые в эмпирическом исследовании и оказывающие определённое (положительное или отрицательное) воздействие на удовлетворённость самовосприятием тела (верифицированная модель)

Примечание: красным – отрицательное воздействие, зелёным – положительное.

устойчивость ( $T=-3,466$ ,  $p=0,001$ ). Женщины, предлагающие социальные сети, менее уверены в себе, а также более самокритичны, чем женщины, предпочитающие телевидение. Изучение поведенческих характеристик в группах активного использования телевидения и социальных сетей выявило статистически значимые различия по таким показателям, как позитивное переформулирование ( $T=2,229$ ,  $p=0,029$ ), поведенческий уход ( $T=-2,233$ ,  $p=0,029$ ), саморуководство ( $T=2,106$ ,  $p=0,039$ ), общительность ( $T=2,797$ ,  $p=0,007$ ) и привлечение внимания ( $T=2,354$ ,  $p=0,021$ ).

Изучение факторной структуры личностных особенностей показало, что для обеих групп в самовосприятие тела наибольший вклад вносят эмоциональные характеристики, однако для группы предпочтения социальных сетей (таблица 2), кроме того, типичны негативные эмоциональные состояния и поведение, связанное со сравнением своей внешности с социальными сетями, что указывает на более сложные условия проявления удовлетворённости внешностью в данной группе.

Таблица 2

Результаты эксплораторного факторного анализа группы предпочтения социальных сетей

Переменные	Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3
Аутосимпатия	0,945		
Самообвинение	-0,902		
Депрессивность	-0,890		
Самопринятие	0,873		
Ориентация на социальные сети	-0,825		
Самопонимание	0,809		
Самоуважение	0,778		
Самоуверенность	0,669		
Самокритика	-0,626		
Самопринятие (удовлетворённость)	0,611		
Склонность к риску		0,713	
Любопытство		0,671	
Активное совладание		0,638	
Сложность		0,624	
Ответственность		0,602	
Поведенческий уход		-0,589	
Тревожность			0,857
Привлечение внимания			0,623
Самоинтерес			0,564
% объяснённой дисперсии	37,61	15,82	9,74

**Самооценки телесности у женщин фертильного возраста в разных возрастных группах.** Анализ самовосприятия тела в разных возрастных группах показал, что общее недовольство своей внешностью с возрастом снижается. Так, среди 18-22 лет недовольные своим телом составляют 8,5 %, в группе испытуемых 23-30 лет – 7,1 %, в возрасте 31-45 лет – 4,1 %.

Помимо этого, удовлетворённость конкретными параметрами тела с возрастом возрастает. Так, высокий уровень удовлетворённости по этому показателю был выявлен у 38,6 % женщин в возрасте 18–22 года, у 45,8 % испытуемых 23–30 лет и у 51 % в группе 31–45 лет. С возрастом женщины вырабатывают свой идеал красоты, который помогает принять свои несовершенства. Данное обстоятельство подтверждает нашу гипотезу о том, что при формировании адекватного образа тела играет роль приобретаемый опыт социализации, который способствует более высокой удовлетворённости внешностью женщинами старшего возраста по сравнению с юными девушками.

В группе женщин в возрасте 18–22 года оценка внешности слабо положительно коррелирует с семейным статусом ( $r=0,23$ ,  $p<0,05$ ) и отношением к детям ( $r=0,29$ ,  $p<0,05$ ). Это обстоятельство указывает на важность удовлетворённости своей внешностью для самооценки женщины и её уверенности в своих силах, которые являются необходимой частью при удовлетворении потребности в продолжении рода. Чем более довольна женщина своей внешностью, тем более она успешна в семейных отношениях и тем более явно у неё возникает потребность в репродуктивном поведении.

Изучение когнитивных характеристик выявило стабильный рост с возрастом таких характеристик как осмысленность жизни ( $F=4,38$ ,  $p=0,013$ ), наличие целей в жизни ( $F=5,05$ ,  $p=0,008$ ) и стремление к личностному росту ( $F=5,56$ ,  $p=0,004$ ). Возрастание саморефлексии в течение жизни помогает женщинам принять свои телесные черты, что приводит к улучшению образа тела. Анализ показал значимые различия между возрастными группами по таким показателям как самоуважение ( $F=7,26$ ,  $p=0,001$ ), ожидаемое отношение других ( $F=3,092$ ,  $p=0,049$ ), самоуверенность ( $F=4,49$ ,  $p=0,013$ ), отношение других ( $F=5,58$ ,  $p=0,005$ ), самопринятие ( $F=4,06$ ,  $p=0,02$ ) и самопонимание ( $F=12,3$ ,  $p<0,001$ ), а также по таким чертам, как напряжённость ( $F=5,75$ ,  $p=0,004$ ) и общая удовлетворённость жизнью ( $F=3,97$ ,  $p=0,022$ ). С возрастом женщина учится лучше принимать себя, что приводит к большей удовлетворённости собственной внешностью и снижению стресса. К поведенческим характеристикам, отличающимся в разных возрастных группах и связанных с самовосприятием внешности, относятся активность в социальных сетях ( $F=12,71$ ,  $p<0,001$ ), управление средой ( $F=5,74$ ,  $p=0,004$ ), доминирование ( $F=4,05$ ,  $p=0,02$ ) и копинг-стратегия мысленного ухода ( $F=4,71$ ,  $p=0,011$ ). С возрастом женщины менее активны в социальных сетях, меньше избегают сложных ситуаций, активнее управляют своей жизнью и приобретают лидерские качества. Активная жизненная позиция вкупе со снижением важности социальных сетей позитивно влияет на самооценку, что улучшает самовосприятие телесности.

**Различия в личностных характеристиках женщин в зависимости от уровня удовлетворённости внешностью.** Женщины с низкой удовлетворённостью внешностью более внушаемы ( $F=13,81$ ,  $p<0,001$ ) и менее креативны ( $F=4,23$ ,  $p=0,016$ ). Более внушаемые женщины сильнее

интериоризируют социальные стандарты красоты, а низкая креативность не позволяет изменить эти представления в соответствии с собственной реальной внешностью, что приводит к недовольству своим телом. Такие женщины меньше симпатизируют себе ( $F=76,77$ ,  $p<0,001$ ), менее уважают ( $F=42,12$ ,  $p<0,001$ ) и принимают себя ( $F=69,63$ ,  $p<0,001$ ) и больше самообвиняют ( $F=34,78$ ,  $p<0,001$ ). Плохое отношение и глубокое недовольство собой распространяются и на сферу телесности, порождая неудовлетворённость своей внешностью. Недовольство своим телом снижает общую удовлетворённость жизнью у женщин fertильной группы. Женщины с низкой удовлетворённостью внешностью не могут успешно перерабатывать негативную информацию. Мысленный ( $F=4,63$ ,  $p=0,011$ ) и поведенческий уход ( $F=14,38$ ,  $p<0,001$ ), отрицание ( $F=14,39$ ,  $p<0,001$ ) и сниженная стратегия активного совладания ( $F=8,69$ ,  $p<0,001$ ) препятствуют адаптации в обществе, что приводит к большему влиянию стимулов извне на их и так хрупкое представление о своей привлекательности. Женщины с низкой удовлетворённостью внешностью чаще сравнивают свою внешность как при использовании социальных сетей ( $F=38,91$ ,  $p<0,001$ ), так и при просмотре телевидения ( $F=8,24$ ,  $p<0,001$ ).

Таблица 3  
Результаты эксплораторного факторного анализа для группы женщин  
с высокой удовлетворённостью внешностью

<b>Переменные</b>	<b>Фактор 1</b>	<b>Фактор 2</b>	<b>Фактор 3</b>
Аутосимпатия	-0,870		
Самообвинение	0,864		
Тревожность	0,570		
Депрессивность	0,523		
Самокритика	0,477		
Самоуважение		0,974	
Самопонимание		0,584	
Самоуверенность		0,576	
Склонность к риску			0,715
Сложность			0,625
Любопытство			0,501
Автономия			0,496
Внушаемость			-0,454
% объяснённой дисперсии	24,06	19,17	17,69

Эксплораторный факторный анализ (таблица 3) показал, что главный вклад в структуру самовосприятия тела у женщин с высокой удовлетворённостью внешностью вносит симпатия к самому себе в сочетании с низким уровнем негативных эмоциональных состояний. Кроме того, высокий уровень самоуважения, самопонимания и самоуверенности способствует поддержанию высокого уровня удовлетворённости внешностью. Третьим фактором, оказывающим влияние на самовосприятие телесности, являются когнитивные характеристики, такие как высокая

креативность, автономия и низкая внушаемость. Отсутствие в факторной структуре поведенческих характеристик, выражающихся в копинг-стратегиях и сравнении в социальных сетях и телевидении, которые присутствуют в факторной структуре других групп, указывает на низкую потребность данной группы в сравнении своей внешности с другими, низкую интериоризацию идеалов красоты, а также отсутствие проблемы самовосприятия внешности, которая требует подключения копинг-стратегий для снижения внутреннего напряжения.

Вышеуказанные факты подтверждают нашу гипотезу о том, что существует определённый набор личностных и социокультурных факторов, наиболее влияющих на удовлетворённость собственной внешностью.

**Технология коррекции удовлетворённости внешностью на основе тренингового воздействия.** Разработка тренинга проводилась с целью доказательства гипотезы о том, что коррекционные мероприятия могут повысить удовлетворённость внешностью, что способствует репродуктивному поведению. Тренинг рассчитан на 6 групповых занятий по 3 часа один раз в неделю и состоит из 5 этапов: знакомство и изучение отношения к своей внешности, работа с когнитивным компонентом самовосприятия телесности, работа с эмоциональным компонентом самовосприятия телесности, работа с поведенческим компонентом восприятия внешности, закрепление результатов.

Таблица 4

Статистически значимые изменения личностных характеристик после тренингового воздействия

Показатель	$M_1 \pm \sigma_1$ $Me_1 (min_1; max_1)$	$M_2 \pm \sigma_2$ $Me_2 (min_2; max_2)$	T	p
Оценка внешности	$3,86 \pm 0,70$ 4,00 (2,29; 5,00)	$4,10 \pm 0,68;$ 4,29 (1,71; 5,00)	-2,288 ↑	0,031
Удовлетворённость параметрами тела	$3,66 \pm 0,61$ 3,67 (2,22; 4,67)	$3,81 \pm 0,57;$ 3,89 (2,33; 5,00)	-2,122 ↑	0,044
Активность в социальных сетях	$27,50 \pm 6,21$ 29,00 (15,00; 38,00)	$23,80 \pm 5,72;$ 25,00 (14,00; 33,00)	3,513 ↓	0,002
Внимание на рекламу в социальных сетях	$5,62 \pm 1,90$ 6,00 (1,00; 8,00)	$4,24 \pm 1,54;$ 5,00 (2,00; 6,00)	2,799 ↓	0,01
Самоуважение	$9,46 \pm 3,02$ 10,00 (3,00; 15,00)	$10,30 \pm 2,70;$ 11,00 (3,00; 14,00)	-2,219 ↑	0,036
Аутосимпатия	$10,80 \pm 3,71$ 12,00 (2,00; 15,00)	$11,60 \pm 3,13;$ 13,00 (5,00; 15,00)	-2,316 ↑	0,029
Отношение других	$5,69 \pm 1,19$ 6,00 (2,00; 7,00)	$6,04 \pm 0,84;$ 6,00 (3,00; 7,00)	-2,309 ↑	0,03
Самопонимание	$3,08 \pm 1,26$ 3,00 (1,00; 5,00)	$3,56 \pm 1,12;$ 4,00 (1,00; 5,00)	-2,19 ↑	0,038

Условные обозначения:  $M_1 \pm \sigma_1$ ;  $Me_1 (min_1; max_1)$  – среднее арифметическое, стандартное отклонение, медиана, минимум и максимум до тренинга;  $M_2 \pm \sigma_2$ ;  $Me_2 (min_2; max_2)$  – среднее арифметическое, стандартное отклонение, медиана, минимум и максимум после тренинга; T – значение критерия Стьюдента для связанных выборок; p – уровень значимости; ↑ – статистически значимое повышение баллов; ↓ – статистически значимое снижение баллов.

Представленная в теоретической и верифицированная в эмпирической части многокомпонентная теория источников самовосприятия телесности легла в основу целей коррекции тренинга для каждого из его частей. Результаты изменения личностных характеристик в процессе тренинговой работы представлены в таблице 4.

При проведении коррекционных мероприятий в экспериментальной группе в результате тренинга повысилась общая оценка внешности в среднем на 0,22 балла ( $T=-2,29$ ,  $p=0,031$ ) и удовлетворённость конкретными параметрами тела на 0,11 балла ( $T=-2,12$ ,  $p=0,044$ ), что говорит о достижении основной цели тренинга – повышении уровня удовлетворённости своей внешностью. Помимо этого, тренинг способствовал улучшению понимания себя, повышению самооценки и более бережного отношения к себе. Также выявлено статистически значимое снижение активности ( $T=3,51$ ,  $p=0,002$ ) и внимания к рекламе в социальных сетях ( $T=2,8$ ,  $p=0,01$ ). Полученные данные указывают на эффективность мероприятий по повышению критичности и медиаграмотности при использовании социальных сетей, применённые при разработке технологии коррекции самовосприятия внешности.

## ВЫВОДЫ

1. Модель личностных факторов самовосприятия телесности на основе трёхкомпонентной структуры личности (когнитивном, эмоциональном, поведенческом), разработанная на основе теоретического моделирования в основном подтвердилась в эмпирическом исследовании. Так, к когнитивному фактору были отнесены такие характеристики, как внушаемость, стремление к сложности, склонность к риску, автономия, любопытство, к эмоциональному – самоуважение, самоинтерес, аутосимпатия, самоуверенность, самопонимание, самопринятие, позитивные отношения, самообвинение, самокритика, тревожность, депрессивность, к поведенческому – сравнение в социальных сетях и телевидении, привлечение внимания, активное совладание, отрицание, позитивное переформулирование, поведенческий уход.

2. Было показано, что наряду с личностными факторами, на удовлетворённость женщинами собственной телесностью влияют социокультурные факторы, такие как идеалы внешности, формируемые СМИ (социальные сети и телевидение), причём удовлетворенность внешностью женщин, активно смотрящих телевидение, выше, чем у женщин, активно использующих социальные сети. Таким образом, выдвинутая гипотеза подтвердилась.

3. Исследование показало, что удовлетворённость внешностью женщин старшего возраста выше, чем у более молодых женщин фертильного возраста, исходя из чего можно сделать вывод, что при формировании адекватного образа тела весомую роль играет приобретаемый опыт социализации.

4. Гипотеза о существовании набора личностных и социокультурных факторов, наиболее влияющих на фактор удовлетворённости собственной внешностью, подтвердилась в полном объёме. На удовлетворенность внешностью будут влиять такие характеристики, как внушаемость, креативность, самоотношение, общая удовлетворённость жизнью, копинг-стратегии мысленного и поведенческого ухода, отрицания, активного совладания и позитивного переформулирования, а также сравнение своей внешности с идеалами красоты при просмотре телевидения и использовании социальных сетей.

5. Главный результат проведённой работы – это обоснование в эмпирическом исследовании тех элементов теоретической модели, которые, представляя собой определённые личностные характеристики, либо способствуют, либо препятствуют созданию положительного образа тела. Именно этот результат учитывался в разработке, апробации и подведении итогов тренинга, нацеленного на выявление и коррекцию соответствующих личностных особенностей, связанных с самовосприятием телесности.

**Основное содержание и результаты диссертационного исследования отражены в следующих публикациях автора:**

**Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:**

1. Зацепина, О.А. Влияние социальной сети Instagram на восприятие образа тела у молодых женщин / Н.В. Батурина, О.А. Зацепина // Общество: социология, психология, педагогика. – 2021. – № 7. – С. 57–61.

2. Зацепина, О.А. Сравнительное исследование самовосприятия образа тела по гендерному признаку / О.А. Зацепина, Г.Г. Горелова, Н.В. Батурина, М.И. Рыжкова // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2022. – № 11(213). – С. 656–660.

3. Зацепина, О.А. Динамика изменения параметров самовосприятия образа тела (на примере женщин ранней и средней взрослости) / О.А. Зацепина, Г.Г. Горелова, М.И. Рыжкова // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: Психологические науки. – 2023. – № 4. – С. 81–89.

4. Зацепина, О.А. Когнитивные процессы как основа успешного обучения студентов цифрового поколения / М.И. Рыжкова, Л.С. Рычкова, О.А. Зацепина, Г.Г. Горелова Г.Г. // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2023. – № 11(225). – С.550–555.

5. Зацепина, О.А. Личностные качества женщин, занимающихся телесно-ориентированными практиками (йогой) / Н.Г. Быструшкина, Т.И. Васильева, О.А. Зацепина, Е.В. Быструшкина // Ученые записки университета имени П.Ф. Лесгафта. – 2024. – № 4(230). – С.275–279.

**Другие публикации:**

6. Зацепина, О.А. Методологические основы изучения проблемы образа тела / О.А. Зацепина // Научный поиск: материалы пятнадцатой научной конференции аспирантов и докторантов. Челябинск: изд-во ЮУрГУ, 2023. – 179 с. – С.111–116.

7. Зацепина, О.А. Механизмы формирования эталонов телесности у активных пользователей социальных сетей / О.А. Зацепина, Г.Г. Горелова // Психология и социальная педагогика: современное состояние и перспективы развития: сборник научных статей – Чебоксары: Чуваш. гос. пед. ун-т, 2023. – 443 с. – С.117–121.
8. Зацепина, О.А. Обзор направлений коррекции негативного образа тела / О.А. Зацепина // Психология в меняющемся мире: проблемы, гипотезы, перспективы: сборник материалов всероссийской научной конференции с международным участием / под ред. А.С. Мальцевой, Е.А. Рыльской, С.В. Морозовой, А.В. Астаевой, Д.Н. Погорелова – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2024. – С. 203–208.

Зацепина Ольга Андреевна

**ЛИЧНОСТНЫЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ  
САМОВОСПРИЯТИЯ ТЕЛА ЖЕНЩИНАМИ ФЕРТИЛЬНОЙ ГРУППЫ**

Специальность 5.3.1 – Общая психология, психология личности, история  
психологии

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой  
степени кандидата психологических наук

Подписано в печать 15.10.2025. Формат 60×84 1/16.  
Печать цифровая. Усл. печ. л. 1,39. Тираж 110 экз. Заказ № 9095.

Отпечатано с оригинал-макета заказчика  
в типографии ООО «Печатный Двор»  
454092 г.Челябинск, ул.Кирова, 130